



Рис. 1. Динамика производительности труда в Республике Беларусь.

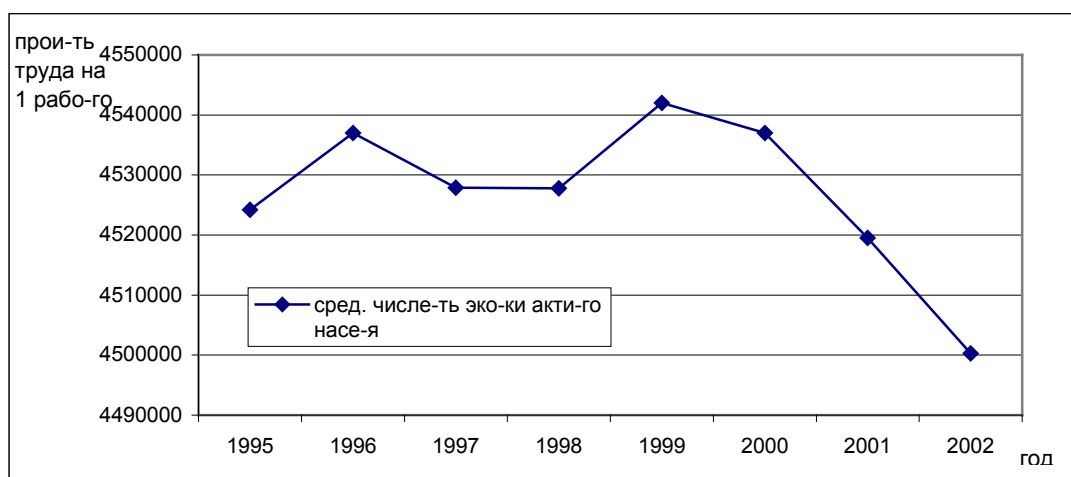


Рис. 2. Динамика экономически активного населения в Республике Беларусь.

Таким образом, данное исследование позволяет сделать вывод о том, что рост экономического потенциала в Республике Беларусь успешно достигается посредством успешного административного стимулирования производительности труда на белорусских предприятиях. Однако, это возможно, по крайней мере, в краткосрочном периоде. Разумеется, для успешного экономического развития в долгосрочной перспективе, без активного привлечения инвестиций в обновле-

ние основных фондов предприятий не обойтись, поскольку производительность труда без обновления производственных фондов бесконечно не может увеличиваться.

Активизация инвестиционной деятельности напрямую связана с развитием всей экономики и для повышения экономического потенциала Республики Беларусь следует исходить из приоритета собственных национальных интересов.

УДК 33:796.5

**Баюн М.Н.**

## СОСТОЯНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Туристическая отрасль на сегодняшний день является одной из наиболее динамично развивающихся в мире. Как известно, ее развитие влечет за собой развитие сопутствующих отраслей: строительство дорог, гостиниц, туркомплексов, увеличение объемов транспорта, расширение сферы услуг, расцвет производства сувениров и т.п. Развитие туризма особенно быстрыми темпами начало происходить после Второй мировой войны. По данным ВТО ежегодно по миру путеше-

ствуют более 600 миллионов человек, а в 2002 году впервые в истории число туристов, путешествующих по миру, превысило 700 млн. человек. Доходы от международного туризма составляют порядка 470–480 млрд. долларов США, что составляет примерно 12% мирового валового продукта. По прогнозам специалистов, к 2020 году доходы от туризма в глобальном масштабе достигнут почти трех триллионов долларов. На сегодняшний момент более чем в 40 странах мира

*Баюн Марианна Николаевна, аспирантка Брестского государственного технического университета. Беларусь, БГТУ, 224017, г. Брест, ул. Московская, 267.*

туризм является главным источником пополнения бюджета, а еще в 70 – одной из трех основных статей.

Беларусь является в этом плане частью мировой экономической системы: постоянно растет количество турфирм, расширяется спектр предлагаемых ими услуг (в 2003 г. на рынке республики работало 394 фирмы и индивидуальных предпринимателей, численностью около 3 тысяч человек). Объем реализации туристско-экскурсионных услуг составил 22,1 миллиарда рублей против 17,3 миллиардов в 2002 г. и возрос на 28%. Валютные поступления от туризма остались на прежнем уровне, в то время как сумма рублевых поступлений в сопоставимых ценах выросла на четверть. Если до прошлого года в нашей стране постоянно росло отрицательное сальдо по туристическим услугам, то в 2003 г. впервые наблюдалось его сокращение, связанное в основном с уменьшением (на 16%) количества белорусов, выезжавших с туристическими целями за рубеж. Однако негативным моментом является тот факт, что в настоящее время белорусский туризм является в основном выездным. Соотношение приезжающих в республику туристов и выезжающих ежегодно за рубеж составляет примерно 1 : 9. В то же время любое государство в большей степени заинтересовано в развитии внутреннего и выездного туризма. Он играет огромную роль в сохранении и развитии культурно-исторического потенциала страны. Для большинства музеев, архитектурных ансамблей и памятников поступления от туристов являются основным источником средств к существованию. Данное направление является приоритетным и в соответствии с Национальной Программой развития туризма в Республике Беларусь на 2003 -2005 г.г.

В целом по мнению многих экспертов в туристской отрасли, Беларусь объективно обладает определенной привлекательностью для иностранных туристов в связи с выгодным месторасположением, природными богатствами, наличием культурных объектов, но при этом из 15000 потенциальных туристских объектов в настоящее время используется только около 5%. Республика занимает очень скромное место на мировом туристском рынке и по развитию туризма существенно отстает от соседних государств.

При анализе туристического рынка Республики Беларусь большую проблему представляет отсутствие реальной статистики. Большинство стран при подсчете туристов пользуется специальной методикой ВТО. У нас данная методика пока не используется, и единственно доступной информацией являются данные Министерства статистики и Государственного комитета пограничных войск, которые существенно отличаются между собой. Так, в соответствии с данными Министерства статистики количество прибывших в 2003 году в Беларусь туристов составляет 62,5 тыс. человек и увеличилось по сравнению с 2002 г. на 2,5 тыс. человек.

По данным Государственного комитета пограничных войск за 2003 г. республику посетило 359590 иностранных граждан с туристическими целями. Как видно, данные отличаются практически в 6 раз. Но даже если руководствоваться информацией Госкомпогранвойск, 359590 иностранных туристов несопоставимы с 4,5 млн. иностранцев, ежегодно посещающими соседнюю Литву. То же можно сказать и о Польше. Начиная с 90-х годов, въездной туризм становится одним из наиболее доходных пунктов для экономики Польши. Настоящий бум (17,4 млн.) приема туристов был отмечен в 2000 году, именно тогда Польша вышла на 12-е место в мире и на 8-е в Европе по приему иностранных туристов. Доходы, полученные страной от туризма в 2000 г., составили около 20% всех валютных поступлений. В то же время в Республике Беларусь доля туризма в ВВП не превышает 1 процента. Это непоправимо низкая цифра для страны в центре Европы. Кроме того, негативным моментом является тот факт, что средний срок пребывания иностранного туриста на территории Республики Беларусь составляет 1,5-2 дня.

Существует ряд моментов, негативно сказывающихся на развитии данного направления деятельности. В то же время многие из них легко поддаются корректировке.

Для развития въездного туризма необходимо наличие развитой туристской инфраструктуры, что требует значительных капиталовложений. Однако нынешнее состояние отечественных предприятий турбизнеса свидетельствует о том, что сами они пока не в состоянии полностью финансировать собственную модернизацию, реконструкцию и расширение.

В этих условиях появляется необходимость финансовой поддержки со стороны государства. При этом государство имело бы быстрый возврат средств, увеличение национальных доходов без сырьевых затрат, занятость населения и поступление валюты.

Определенные шаги в этом направлении уже делаются. Так, к настоящему моменту в республике запланировано создание новых туристических объектов, среди которых – горнолыжный оздоровительный комплекс в Логойском районе и резиденция Деда Мороза в Национальном парке «Беловежская пуща». Планируется создать на базе культурно – туристической зоны «Несвиж – Мир» свободную экономическую зону туристическо-рекреационного типа, организовать региональные туристические центры. Однако государство в сегодняшней ситуации не в состоянии выделить достаточно средств для финансирования данных мероприятий, и с такой ситуацией сталкивались большинство стран, в том числе и наши ближайшие соседи. Опыт свидетельствует, что в такой ситуации передача объектов туристской инфраструктуры в частную собственность является наиболее перспективным решением. Например, в Латвии при нехватке бюджетных денег для реставрации ряд культурных объектов были проданы или переданы бывшим владельцам, в Германии в свое время культурные объекты продавались по символической цене – 1 DM, с условием последующей реконструкции. В связи с вышеизложенным необходима разработка государственной политики, направленной на привлечение средств как белорусских, так и иностранных инвесторов.

На международных выставках и конференциях по вопросам туризма зарубежные партнеры зачастую указывают на непривлекательный имидж Беларуси в глазах иностранного туриста. В разработке механизма продвижения услуг и их популяризации за рубежом также может быть использован опыт других государств. Например, в 2001 году на пропаганду Польши как туристической державы ушло примерно 19 млн. USD. (в г. Белостоке существует 26 телепрограмм, рекламирующих отдых и путешествия в регионе). Бюджетные расходы Великобритании на поддержание имиджа страны составили 35,5 млн. фунтов, Германии - 25 млн. евро, Франции – 180 млн. франков. Эти расходы подразумевают рекламную кампанию в зарубежных средствах массовой информации, участие в туристических ярмарках, организацию различных акций подобных «Я люблю Францию» или Года Польши в Швеции. Английские эксперты в данной области рассчитали, что каждый вложенный в рекламу фунт приносит доходы от привлеченных туристов в 27 фунтов.

У нас же основная тяжесть по поддержанию имиджа страны ложится на фирмы, рискнувшие заняться въездным или внутренним туризмом. В 2004 г. издательством «Рифтур» выпущен компьютерный диск «Туризм в Беларуси», в котором представлена наглядная информация о том, что и где можно посмотреть в стране, как добраться, открыть визу и т.п. Ситуация такова, что турфирмы вынуждены сами издавать туристические карты, буклеты и плакаты, рекламирующие не столько фирму, сколько страну.

Специалисты в области туризма указывают на необходимость разработки четкого профиля страны. Например, Прибалтика делает ставку на транзитный туризм (в Латвии транзитные туристы составляют 1/3 от общего потока). Учитывая

небольшое расстояние (180 км) между Вильнюсом и Минском одним из способов продвижения нашей страны на международном рынке является тесное сотрудничество с литовскими фирмами в разработке маршрутов, при котором клиенты могли бы совмещать отдых в Литве с экскурсиями по Беларуси.

Как один из факторов, способствующих улучшению имиджа страны на международном рынке можно рассматривать торговлю сувенирами, а она в республике находится в зачаточном состоянии. В то же время по данным ВТО, продажа сувениров приносит каждый десятый туристский доллар крупным городам мира. Эксперты именно по объему торговли сувенирами рассчитывают «коэффициент возврата»: чем больше доходы от продажи сувенирной продукции, тем больше вероятность, что каждый второй турист посетит город еще раз. Покупая национальные сувениры, турист не только приносит деньги стране, но и создает ей рекламу у себя на родине.

Негативно сказывается на развитии туризма и существующая система налогообложения и регулирования туристской отрасли. На разных уровнях принимаются решения, которые зачастую даже не согласовываются с Министерством спорта и туризма. Например, в начале 2004 г. Госкомитетом по авиации принято решение об отчислении части средств из прибыли туристических компаний. Туризм в настоящий момент отнесен к высокорентабельным видам деятельности, в результате чего к туристским предприятиям применяются повышающие коэффициенты арендной платы. Введен налог на ввоз автобусов – 3 евро с кубического сантиметра, в ряде городов горисполкомами вводятся 10-процентные или 5-процентные налоги на туристическую деятельность, что серьезно подрывает конкурентоспособность белорусских услуг. В результате вышеназванных обстоятельств стоимость отдыха на белорусских курортах приближается к стоимости отдыха в Одесской области, включая проезд. В то же время в Москве с 1 января отменен аналогичный 5% налог на выручку, поскольку он приносит обратные результаты: снижение оборотов ведет к снижению общей суммы налоговых поступлений.

Необходимо отметить, что в Беларуси большая часть времени года приходится на межсезонье, в то время как содержание объектов необходимо осуществлять круглый год. В данной ситуации целесообразно было бы введение принципа сезонного налогообложения для туристических организаций.

УДК 330.341.1

**Хутова Е.Н.**

## АНАЛИЗ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ВЫСОКИХ ТЕХНОЛОГИЙ В СВОБОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЗОНЫ

Уровень применяемых в производственной сфере технологий во многом определяет экономическое и социальное развитие любого государства. Только передовые технологии способны обеспечить по настоящему современное конкурентоспособное производство, высокое качество отечественных товаров, возможность завоевания внешних рынков.

Независимо от целей создания свободных зон в мировом хозяйстве, все они предполагают общие научно-технологические цели: использование новейших зарубежных и отечественных технологий; приобщение к новым формам управленческого труда; привлечение опыта и научно-исследовательских достижений инженерно-технических центров; повышение эффективности используемых производственных мощностей, инфраструктуры и конверсионных

на объемах въездного туризма сказывается высокая стоимость белорусской въездной визы. На сегодняшний день стоимость белорусской визы выше, чем у стран-соседей: Украины, России и стран Балтии. Как известно, для привлечения туристов ряд стран делали въезд в страну вообще бесплатным. Даже снижение стоимости виз способствует росту общего объема валютных поступлений. Кроме того, целесообразно упростить визовый режим в целом, как и поступают Россия и Украина, поскольку многих туристов отпугивают именно визовые формальности. Строгий визовый режим в ряде случаев оправдан, поскольку защищает страну от нелегальной эмиграции, но отмена виз для ряда высокоразвитых стран (страны ЕС, Япония, США) представляется целесообразной.

Существует еще ряд моментов, способных положительно сказаться на развитии въездного туризма: максимальное сокращение времени оформления пограничных и таможенных формальностей, отмена регистрации иностранных граждан, развитие придорожного сервиса а также услуг при туристических объектах, приведение в соответствие качества приема и обслуживания уровню цен.

Перспективным направлением деятельности может стать развитие агро- и экотуризма. И некоторые шаги в этом направлении уже сделаны: 10 мая 2003 г. общественным объединением «Агро- и экотуризм» проведена Первая международная конференция по сельскому туризму в Беларуси. Развитие этого направления в республике может помочь сельскому населению, создать новые рабочие места, способствовать пропаганде национальных традиций, истории, культуры. Данное направление деятельности с успехом развивается в Литве и на Украине.

Для более эффективного использования имеющихся ресурсов целесообразно создание региональных программ развития туризма, поскольку местные органы владеют наиболее полной информацией о туристических возможностях данной местности. Эта модель получила широкое распространение на Западе, а у нас практически не используется.

Необходимо отметить, что даже при благоприятном стечении обстоятельств создание привлекательного национального турпродукта – очень долгий процесс, и для того, чтобы обеспечить развитие въездного туризма, необходимы совместные действия государства и туристских фирм.

комплексов.

При создании промышленно-производственных СЭЗ в основу должны быть положены передовые технологии, а экономика страны должна находиться в состоянии непрерывной технологической революции, как это было, например, в конце 50-х - 60-х годах. Всего лишь через 15 лет после окончания Великой Отечественной войны, к 1960 г., Россия имела лучшие в мире атомный подводный флот, авиацию и ракетноносители - средоточие новейших технологий, материалов и производств без каких-либо инвестиций со стороны, только за счет энтузиазма и работоспособности своего народа.

Для развития отечественных технологий необходимы государственные приоритеты, устанавливаемые ежегодно (как это делается, например, в Японии), источники и механизмы

**Хутова Елена Николаевна**, доцент каф. мировой экономики, маркетинга, инвестиций Брестского государственного технического университета.

Беларусь, БГТУ, 224017, г. Брест, ул. Московская, 267.